

PRESSEINFORMATION

Nr.082/FY 2013, April 2013

Panasonic Europa stellt Nachhaltigkeitsstrategie vor Neue Ziele für die CSR-Initiativen und die ökologische Ausrichtung der Geschäftstätigkeiten



Berlin, September 2013 – Panasonic verkündet im Rahmen der IFA 2013 in Berlin seine neue Nachhaltigkeitsstrategie für Europa. Die Erklärung erweitert die bestehenden Maßnahmen und soll gewährleisten, dass sämtliche Geschäftstätigkeiten zu einer nachhaltigen Gesellschaft beitragen. Das

Unternehmen verpflichtet sich zu einem noch verantwortungsvolleren Umgang mit Rohstoffen und chemischen Substanzen sowie einer Reduzierung der CO₂-Emissionen und des Abfalls. Zusätzlich möchte Panasonic das Umweltbewusstsein der jungen Generation stärken und flexible Arbeitsstrukturen fördern. Als Teil des Bekenntnisses sollen Stakeholder und Partner verstärkt eingebunden werden. „Panasonic ist sich der Auswirkung seines unternehmerischen Handelns bewusst. Wir arbeiten daher verstärkt auf die neuen mittelfristigen Ziele bis 2016 hin. Da wir in Deutschland keine Produktionsstätten betreiben, liegt unser Fokus vor allem auf dem Vertrieb energieeffizienter Produkte und der Bildung von Kindern zu Umweltthemen“, sagt Werner Graf, Managing Director von Panasonic Deutschland. Die europäische Nachhaltigkeitsstrategie steht im Einklang mit der globalen Nachhaltigkeitsstrategie.

Mit der Nachhaltigkeitsstrategie verpflichtet sich Panasonic, bis zum 31. März 2016 folgende Ziele zu erreichen:

- **Energieeffizienzklassen:**
80 Prozent der mit dem EU-Energielabel gekennzeichneten Produkte sollen in den beiden oberen Energieeffizienzklassen gelistet sein. Zurzeit sind bereits 68 Prozent in diesen Klassen angesiedelt.
- **Klimaschutz:**
Unsere europäischen Fabriken tragen zur Reduktion der CO₂-Emissionen mit mehr als 10.000 Tonnen bei. Der Beitrag in den letzten drei Jahren belief sich bereits um 17.000 Tonnen.

Diesen Presstext und die Pressefotos (downloadfähig mit 300 dpi) finden Sie im Internet unter www.presse.panasonic.de

Anschläge: 3.966

- Recycling-Quote und Abfallmenge:
Panasonic übertrifft die Recyclingrate in den europäischen Fabriken im Durchschnitt 99 Prozent bei gleichzeitiger produktionsbezogener Reduktion der Abfallmenge um fünf Prozent.
- Flexible Arbeitszeiten:
Panasonic führt für seine Mitarbeiter flexiblere Arbeitsstrukturen ein. Ziel ist es, dies an allen Vertriebs- und Supportstandorten anzubieten.
- Jugendumweltbildung:
Mit seinem Umweltlehrprogramm „Kids school“ unterstützt Panasonic die Entwicklung einer nachhaltigeren Gesellschaft. Bis 2016 sollen europaweit 300.000 Kinder unterrichtet werden. Seit der Einführung des Umweltlehrprogramms im Jahr 2010 nahmen über 200.000 Kinder daran teil. Bereits auf der IFA finden dazu Workshops statt. Diese geben 120 Kindern die Möglichkeit, umweltfreundliche Technologien spielerisch kennenzulernen, indem sie Hybrid-Spielautos und LED-Lampen basteln.

„Matsushita Konosuke, der Gründer von Panasonic, formulierte bereits 1932 seine ökologische und soziale Mission für das Unternehmen. Die neue europäische Nachhaltigkeitserklärung bestätigt diese Vision und enthält Maßnahmen, die die Umwelt schützen und einen Beitrag für die Gesellschaft leisten“, begründet Laurent Abadie, CEO von Panasonic Europa, die Strategie, die der neuen Markenausrichtung „A Better Life, A Better World“ folgt. Dabei unterstützen die Ziele von Panasonic die EU-20-20-20-Strategie. Das Gesetzespaket verpflichtet die Mitgliedstaaten dazu, Treibhausgase zu reduzieren, den Anteil an Erneuerbaren Energien auszubauen und die Energieeffizienz zu verbessern – jeweils um 20 Prozent.

Die Panasonic Nachhaltigkeitserklärung für Europa tritt am 5. September 2013 in Kraft.

Weitere Informationen über die Europäische Nachhaltigkeitserklärung von Panasonic finden Sie hier:

http://www.panasonic.co.uk/html/en_GB/About+Panasonic/CSR/CSR%3A+Company/Aims+%26+Visions/9400130/index.html

Informationen über die globale Nachhaltigkeitsstrategie von Panasonic entnehmen Sie folgenden Seiten:

<http://panasonic.net/sustainability/en/>

<http://panasonic.net/sustainability/en/management/policy/>

Panasonic

Über Panasonic:

Die Panasonic Corporation gehört zu den weltweit führenden Unternehmen in der Entwicklung und Produktion elektronischer Technologien und Lösungen für Kunden in den Geschäftsfeldern Residential, Non-Residential, Mobility und Personal Applications. Seit der Gründung im Jahr 1918 expandierte Panasonic weltweit und unterhält inzwischen über 500 Konzernunternehmen auf der ganzen Welt. Im abgelaufenen Geschäftsjahr (Ende 31. März 2013) erzielte das Unternehmen einen konsolidierten Netto-Umsatz von 7,30 Billionen Yen/68 Milliarden EUR. Panasonic hat den Anspruch, durch Innovationen über die Grenzen der einzelnen Geschäftsfelder hinweg Mehrwerte für den Alltag und die Umwelt seiner Kunden zu schaffen. Weitere Informationen über das Unternehmen sowie die Marke Panasonic finden Sie unter www.panasonic.net.

Bei Veröffentlichung oder redaktioneller Erwähnung freuen wir uns über die Zusendung eines Belegexemplars!

Weitere Informationen:

Panasonic Deutschland
Eine Division der Panasonic Marketing Europe GmbH
Winsbergring 15
22525 Hamburg

Ansprechpartner für Presseanfragen:

Michael Langbehn
Tel.: 040 / 8549-0
E-Mail: presse.kontakt@eu.panasonic.com